

PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PT. NUSA SASTRATARA PERKASA

NOVI HERIWAN, MUHAMMAD YUNANTO, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

iii ABSTRAKS Novi Heriawan 11200328 PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PT.NUSA SASTRATARA PERKASA PI. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2004. (IX + 3+ 4) Pemasaran adalah kegiatan pemsar untuk menjalankan bisnis (profit atau non profit) guna memenuhi kebutuhan pasar dengan barang atau jasa,menetapkan harga, mendistribusikan serta mempromosikannya melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan. Cara Pemasaran yang efisien dan ekonomis dengan jalurjalur pemasaran yang biasa dipakai banyak perusahaan jalur-jalur pemasaran seperti distribusi, promosi, dan penjualan. Para pelaku pemasaran adalah Produsen, Distributor atau Pedagang Besar, Agen, dan Konsumen. Kegiatan Distribusi menggunakan saluran distribusi secara langsung maupun tak langsung. Kegiatan tersebut memerlukan tambahan biaya seperti biaya perantara dan biaya pengangkutan. Sedangkan biaya promosi kegiatannya meliputi periklanan, promosi penjualan, dan penjualan pribadi. Untuk menghitung biaya biaya tersebut diatas penulis menggunakan metode Regresi berganda, Korelasi berganda, Determinasi berganda. Metode metode tersebut diatas digunakan untuk mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan perusahaan dan pengaruhnya terhadap Volume Penjualan tertentu agar biaya yang dikeluarkan seminimal mungkin. Penulis membuat penulisan ilmiah ini mengenai makalah tersebut dengan objek penelitian dan riset data di PT. Nusa Sastratara Perkasa. Daftar Pustaka (1985 1999)